Государственное бюджетное учреждение дополнительного образования
«Областной Центр дополнительного образования детей»

РАССМОТРЕНО
на заседании педагогического совета
ГБУДО «Областной Центр
дополнительного образования детей»
Протокол № 5 от «21» августа 2026 г.

УТВЕРЖДЕНО:
приказом директора
ГБУДО «Областной Центр
дополнительного образования детей»
_____ О.С. Растегняева
№ 1322 от 01.09.2026 г.

Дополнительная общеразвивающая программа социально-гуманитарной направленности «Реклама и дизайн»

Возраст обучающихся: 12 – 17 лет
Срок реализации: 1 год
Год разработки программы: 2024 г.

Автор-составитель:
Немытова М.А., педагог
дополнительного образования

Челябинск, 2026 г.

Содержание

Раздел 1. «Комплекс основных характеристик программы» 3
1.1. Пояснительная записка 3
1.2. Цель и задачи программы 5
1.3. Содержание программы…..... 7
1.3.1. Учебный план ……..……..7
1.4. Планируемые результаты 14
Раздел 2. «Комплекс организационно-педагогических условий» 15
2.1. Календарный учебный график 15
2.2. Условия реализации программы 15
2.3. Формы аттестации 16
2.4. Оценочные материалы…….....16
2.5. Методические материалы 16
2.6. Воспитательный компонент……...17
2.7. Список литературы..... …….21
Приложение 1. Календарно-тематическое планирование
Приложение 2. Оценочные материалы
Приложение 3. Критерии оценивания образовательных результатов
Приложение 4. Календарный план воспитательной работы

Раздел 1. «Комплекс основных характеристик программы»

1.1. Пояснительная записка

Разработка дополнительной общеразвивающей программы осуществлялась в соответствии с нормативно-правовыми документами:

Конвенция о правах ребенка (резолюция 44/25 Генеральной Ассамблеи ООН от 20.11.1989г.);

Федеральный закон от 29.12.2012г. № 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 г. № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;

Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 02.06.2026 г. № 19 «Об утверждении СП 2.4.2.4283-26 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;

Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года (утвержденная распоряжением Правительства РФ от 31.03.2022 года №678-р);

Методические рекомендации «Разработка и реализация раздела о воспитании в составе дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы» ФГБНУ «Институт изучения детства, семьи и воспитания 23.03.2023г.;

Локальные акты учреждения.

Данная программа дополнительного образования относится к программам социально-гуманитарной направленности.

Уровень освоения содержания образования – базовый.

Актуальность программы.

Современная быстроменяющаяся ситуация в обществе, стремительное развитие интернет-технологий оказывает серьезное влияние на формирование сознания подростка. Одним из направлений, влияющих на современное подрастающее поколение – является медиасреда. Именно, поэтому актуальным становится знание основ продвижения социальных сетей, основ дизайна для разработки коммуникационного продукта, современных средств массовой информации, формирование навыков безопасного восприятия информации и умения свободного обращения с информационными потоками в ходе самостоятельной деятельности. Медиаобразование через включение подростков в процессы изучения и моделирования медиапродукции – неотъемлемая часть образования современного «цифрового» человека.

Обучающиеся не только знакомятся с азами продвижения и создания рекламы, дизайна, но и занимаются проектированием собственного контента. Предлагаемая программа способна сформировать, расширить представление обучающихся о медиасреде, о рекламе и дизайне.

Особенностью программы является ее очно-заочная форма организации обучения с использованием дистанционных образовательных технологий,

способствующая использованию возможностей дополнительного образования для обучающихся с высокими образовательными потребностями.

Преимущество образовательного процесса по данной программе состоит в том, что обучающиеся познают практическую работу рекламиста и дизайнера: учась разрабатывать фирменный стиль, изучая основы SMM, учась создавать собственный актуальный контент, по итогу имеют собственный проект. Это даёт возможность развивать критическое мышление и приобретать практические навыки. Обучение строится на основе творчества – сотворчества знаний и умений.

Большое внимание в программе уделяется активизации у подростков процессов самопознания, профессиональной ориентации, развитию творческих способностей, повышению общей культуры через изучение структурных элементов медиасреды, построения собственного контента.

Включаясь в работу по программе, подросток учится работать с информацией. Сначала приобретать ее, а затем обрабатывать, адаптировать и превращать в текст для публикации, визуал и другие виды контента. По итогу обучения подростки защищают творческую работу (проект).

Мотивация обучающихся поддерживается в процессе достижений освоения содержания программы с возможностью опубликования своего материала в социальных сетях и на сайте, участия в конкурсах различного уровня, экскурсий, в выездных профильных сборах и др.

Адресат программы. Программа рассчитана на обучающихся в возрасте от 12 до 17 лет.

Возрастные особенности 12 – 15 лет

В среднем школьном возрасте определяющую роль играет общение со сверстниками. В этот период ребенок приобретает значительный социальный опыт, начинает постигать себя в качестве личности в системе трудовых, моральных, эстетических общественных отношений. У него возникает намеренное стремление принимать участие в общественно значимой работе, становиться общественно полезным. Социальная активность школьника среднего возраста в основном обращается на усвоение норм, ценностей и способов поведения. Поэтому важность заключается в реализации всех принципов обучения, инициирующих умственную деятельность подростка.

Характеризуя индивидуально-психологические особенности подростков необходимо, прежде всего, сказать о кризисе этого возраста. Это кризис социального развития, напоминающий кризис трех лет «Я сам», но теперь это «Я сам» реализуется в социальном смысле. В литературе он описан как возраст второй перерезки пуповины. Характеризуется определенной остротой. Симптомы кризиса следующие: наблюдается снижение продуктивности учебной деятельности даже в тех областях, в которых ребенок явно одарен. Второй симптом кризиса – негативизм. Ребенок как бы отталкивается от среды, он враждебен, склонен к ссорам, нарушениям дисциплины, испытывает внутреннее беспокойство, недовольство, стремление к одиночеству. У мальчиков негативизм проявляется ярче и чаще, чем у девочек, хотя начинается позже, в 14–16 лет. В значительной степени психологические конфликты подростка – это конфликты не только с самим собой, но практически всегда с непосредственным окружением.

Возрастные особенности 16 – 17 лет.

Центральным новообразованием ранней юности является самоопределение, как профессиональное, так и личностное. Это новая внутренняя позиция, включающая осознание себя как члена общества, принятие своего места в нем. Учебная деятельность старшеклассников становится учебно-профильной, реализуется через профессиональные и личностные устремления юношей и девушек, приобретает черты избирательности, осознанности.

В юношеском возрасте происходит интенсивное физиологическое и психическое развития. Особое значение в юношеском возрасте приобретает моральное воспитание, основные виды деятельности – учение и посильный труд, увеличивается диапазон социальных ролей и обязательств.

Психическое развитие личности в юношеском возрасте тесно связано с обучением, трудовой деятельностью и усложнением общения со взрослыми. В связи с началом трудовой деятельности отношения между личностью и обществом значительно углубляются, что приводит к наиболее четкому пониманию своего места в жизни.

Основой образовательного процесса является групповое обучение.

Объем программы: 144 часа.

Форма обучения: очно - заочная, с использованием дистанционных образовательных технологий.

Методы обучения:

На занятиях по программе используются словесные, наглядные и практические методы обучения.

Тип занятий: комбинированный, теоретический, практический.

Формы проведения занятий: беседа, практическое занятие, мастер – класс, творческая встреча, защита проектов, деловая игра, мастер-класс, экскурсия.

Задания по программе построены с учётом интересов, возможностей и предпочтений обучающихся.

В процессе обучения предусматривается самостоятельная работа обучающихся с литературой, информацией на электронных носителях и в сети Интернет, что способствует формированию умений конспектирования, реферирования, публичного выступления, содействует развитию исследовательских умений и подготовке к вузовской системе обучения. Для повышения эффективности обучения некоторые задания, дискуссии, обсуждения, консультации проводятся, в том числе, и в дистанционной форме.

Срок освоения программы: 1 год.

Режим занятий

По программе планируется проведение занятий 1 раз в неделю по 4 академических часа.

Изменение режима работы и смещение образовательной нагрузки возможно во время проведения очных занятий и мероприятий.

Работа по программе состоит из теоретических и практических блоков. Дистанционная часть программы предоставляет возможность индивидуального обучения, обучения в индивидуальном режиме.

При прохождении дистанционной части программы обучающийся и педагог взаимодействуют в образовательном процессе в режимах:

1) on-line (онлайн): педагог использует средства коммуникации, одновременно взаимодействуя с обучающимся (обучающимися);

2) off-line (офлайн): самостоятельная работа обучающегося (обучающихся), с последующим оцениванием и определением рекомендаций.

Теоретический материал представлен в виде лекций, видеоуроков, инфографик, схем, таблиц и презентаций для скачивания или изучения в сети Интернет.

Практические занятия проходят на очных встречах, также предусмотрено выполнение творческих работ. На практических занятиях дети учатся пользоваться инструментами, материалами, получают умения и закрепляют навыки, развивают творческие способности.

1.2. Цель и задачи программы

Цель программы: формирование медиакультуры обучающихся посредством их знакомства с деятельностью профессии рекламиста и дизайнера с созданием собственного контента

Задачи:

Образовательные:

1) научить создавать стратегии продвижения

2) научить создавать тексты и визуалы для личного и коммерческого использования

3) научить работать с программами для дизайна и типографии.

Личностные:

1) Развить организаторские способности;
2) Развить коммуникативные навыки, коллективизм;
3) Развить ответственность, самостоятельность, дисциплинированность;
4) Развить креативность, склонность к самостоятельному творчеству, проектно-исследовательской деятельности;
5) Развить навыки самоопределения;
6) Развить нравственно-этическая ориентацию;
7) Развить навыки познавательного интереса, инициативности.

Метапредметные:

1) Научить понимать и принимать учебную задачу, сформулированную педагогом;
2) Научить планировать свои действия на отдельных этапах работы над выполнением творческого задания;
3) Научить осуществлять контроль, коррекцию и оценку результатов своей деятельности;
4) Научить понимать и применять полученную информацию при выполнении заданий.

1.3. Содержание программы

1.3.1. Учебный план

	Тема занятия	Кол-во часов	Учебные сессии		Межсессионный период		Форма аттестации / контроля
			Теория	Практика	Теория	Практика	
Раздел 1. Основы рекламы							
1.1	Вводное занятие.	**4**		4			
1.2	История и теория рекламы. Особенности и виды рекламы.	**4**			2	2	
1.3	Законы СМИ, закон о рекламе и о распространении информации.	**4**			4		
1.4	Разнообразие профессий в сфере рекламы.	**4**		4			
1.5	Реклама и PR.	**8**			4	4	
1.6	Что такое целевая аудитория, как с ней работать.	**8**			4	4	
1.7	Понятие коммуникационной кампании	**4**		4			
1.8	Рекламная кампания	**8**			4	4	
	Итого по разделу	**44**	**-**	**12**	**18**	**14**	Творческая работа
Раздел 2. Основы SMM							
2.1	Что такое SMM? Особенности продвижения в социальных сетях.	**8**		4	4		
2.2	Понятие бриф и техническое задание.	**4**			4		
2.3	Стратегия продвижения в социальных сетях.	**4**		4			
2.4	Особенности разработки упаковки аккаунта.	**4**			4		
2.5	Виды контента. Что такое контент-план и как его создавать?	**4**			2	2	
2.6	Как создавать контент- план?	**4**			2	2	
2.7	Основы копирайтинга. Как писать тексты для разных задач.	**4**		4			
2.8	Как проводить анализ результатов? Проведение исследования.	**4**			4		
2.9	Многообразие профессий в сфере медиа и социальных сетей.	**8**			4	4	
	Итого по разделу	**44**	**-**	**12**	**24**	**8**	Творческая

							работа
Раздел 3. Основы дизайна							
3.1	Что такое дизайн?	**4**		4			
3.2	Основы композиции.	**4**			2	2	
3.3	Основы колористики.	**4**		4			
3.4	Понятие брендбук и гайдбук.	**4**			2	2	
3.5	Фирменный стиль на примере известных брендов.	**8**		4	4		
3.6	Работа с референсами и мудбордом.	**4**			2	2	
3.7	Изучение технических программ для дизайна.	**4**		4			
3.8	Особенности выбора шрифта. Понятие личное и коммерческое использование.	**4**			2	2	
3.9	Особенности форматов в разных социальных сетях.	**4**			2	2	
3.10	Создание аккаунта/сообщества в социальной сети.	**4**			2	2	
	Итого по разделу	**44**	**-**	**16**	**16**	**12**	Творческая работа
Раздел 4. Основы типографии, полиграфии							
4.1	Изучение технических программ для создания макетов.	**4**		4			
4.2	Особенности печати. Виды печати.	**4**			2	2	
4.3	**Презентация итоговых проектов**	**4**		4			
Итого по разделу		**12**		**8**	**2**	**2**	Творческая работа
ВСЕГО		**144**	**-**	**48**	**60**	**36**	

Раздел 1. Основы рекламы

Оборудование к разделу: ноутбук, интерактивная панель, цифровой фотоаппарат, штатив.

Тема 1.1: Вводное занятие.

Практика: очная встреча: Инструктаж по технике безопасности. Обучение работе на образовательной платформе Moodle.

Тема 1.2: История и теория рекламы. Особенности и виды рекламы.

Теория: 2 онлайн лекции.

1) История и теория возникновения рекламы.
2) Особенности и виды рекламы.

Практика: Подбор примеров на вид рекламы.

Тема 1.3: Законы СМИ, закон о рекламе и о распространении информации.

Теория: 4 онлайн лекции.

1) Закон Российской Федерации о СМИ.
2) Закон Российской Федерации о рекламе.
3) Закон об авторском праве.
4) Профессиональная этика. Плагиат

Практика: Составление опорного свода правил для социальных сетей детского объединения с опорой на законодательство.

Тема 1.4: Разнообразие профессий в сфере рекламы.

Практика: Очная встреча. Задачи, входящие в работу специалистов, работающих в сфере рекламы.

Тема 1.5: Реклама и PR.

Теория: 4 онлайн лекции.

1) Понятие реклама.
2) Понятие PR.
3) Особенности PR.
4) Сходства и различия рекламы и PR.

Практика: Особенности рекламы. Сравнительная характеристика рекламы и PR. Проведение сравнительной работы на реальных примерах кампаний.

Тема 1.6: Что такое целевая аудитория, как с ней работать.

Теория: 4 онлайн лекции.

1) Понятие целевой аудитории.
2) Портрет целевой аудитории.
3) Сегментация целевой аудитории.
4) Анализ целевой аудитории.

Практика: Создание портрета целевой аудитории. Портрет целевой аудитории образовательного учреждения.

Тема 1.7: Понятие коммуникационной кампании.

Практика: очная встреча. Компоненты коммуникационной кампании, алгоритм создания коммуникационной кампании. Создание плана коммуникационной кампании. Создание рекламного продукта для коммуникационной кампании.

Тема 1.8: Рекламная кампания.

Теория: 4 онлайн лекции.

1) Виды рекламных кампаний.
2) Модели рекламных кампаний.
3) Таргетированная рекламная кампания.
4) Примеры ошибок в рекламных компаниях

Практика: Рекламные кампании известных брендов. Определить структуру/этапы создания и проведения рекламной кампании. Подбор примеров успешных и неудачных рекламных кампаний, проведение анализа.

Раздел 2. Основы SMM.

Оборудование к разделу: ноутбук, интерактивная панель, цифровой фотоаппарат, петличная радиосистема, штатив.

Тема 2.1: Что такое SMM? Особенности продвижения в социальных сетях.

Теория: 4 онлайн лекции.

1) Понятие SMM. Этапы работы в SMM.
2) Особенности продвижения в социальных сетях.
3) Методы и инструменты продвижения.
4) Оценка эффективности SMM

Практика: Очная встреча. Анализ продвижения бренда в социальной сети.

Тема 2.2: Понятие бриф и техническое задание.

Теория: 4 онлайн лекции.

1) Структура брифа.
2) Что такое техническое задание?
3) Особенности работы с техническим заданием и брифом
4) Как оформить грамотный договор для SMM-менеджера?

Тема 2.3: Стратегия продвижения в социальных сетях.

Практика: очная встреча: Стратегия продвижения. Особенности продвижения в социальных сетях необходимые для создания стратегии. Создание стратегии продвижения.

Тема 2.4: Особенности разработки упаковки аккаунта.

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Что входит в разработку оформления аккаунта?
2) Принципы визуального оформления аккаунта в социальных сетях.

Практика: Анализ сферы и подбор референсов. Создание упаковки аккаунта.

Тема 2.5: Виды контента. Что такое контент-план и как его создавать?

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Виды контента.
2) Что такое контент-план?

Практика: Создание контент-плана.

Тема 2.6: Как создать контент-план и как его создавать?

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Кто такой автор контента?
2) Особенности создания контент-плана

Практика: Создание материала по контент-плану

Тема 2.7: Основы копирайтинга. Как писать тексты для разных задач.

Практика: Очная встреча. Копирайтинг. Виды текстов. Частые ошибки в текстах. Написание текста для информационного и развлекательного поста.

Тема 2.8: Как проводить анализ результатов? Проведение исследования.

Теория: 4 онлайн лекции.

1) Формы проведения исследования. Качественные и количественные методы.
2) Сбор обратной связи.
3) Показатели KPI.
4) Анализ результатов.

Тема 2.9: Многообразие профессий в сфере медиа и социальных сетей.

Теория: 4 онлайн лекций

1) Навыки специалистов, работающих в сфере в сфере SMM.

2) Профессии в сфере SMM: редактор. Копирайтер.
3) Профессии в сфере SMM: блогер.
4) Профессии в сфере SMM: дизайнер.

Практика: Задачи, входящие в работу специалистов, работающих в сфере SMM.

Раздел 3. Основы дизайна.

Оборудование к разделу: ноутбук, интерактивная панель, цифровой фотоаппарат, штатив

Тема 3.1: Что такое дизайн?

Практика: Очная встреча. Разновидности дизайна. Графический дизайн. Популярные направления цифрового дизайна. Изучение особенностей работы дизайнера.

Тема 3.2: Основы композиции.

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Правила композиции. Виды баланса.
2) Основные ошибки в построении композиции.

Практика: Анализ акцентов в композициях. Создание композиции.

Тема 3.3: Основы колористики.

Практика: Очная встреча. Анализ цветовых моделей. Создание гармоничной палитры.

Тема 3.4: Понятие брендбук и гайдбук.

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Понятие «Брендбук».
2) Понятие «Гайдбук».

Практика: Отличие брендбука от гайдбука. Изучение брендбуков известных брендов.

Тема 3.5: Фирменный стиль на примере известных брендов.

Теория: 4 онлайн лекции.

1) Что такое фирменный стиль?
2) Особенности создания фирменного стиля
3) Что такое ребрендинг?
4) Типология логотипов

Практика: Очная встреча. Изучение и анализ примеров создания фирменного стиля.

Тема 3.6: Работа с референсами и мудбордом.

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Использование и поиск референсов.
2) Работа с мудбордом.

Практика: Примеры удачных мудбордов. Составление мудборда.

Тема 3.7: Технические программы для дизайна.

Практика: Очная встреча. Разбор особенностей программ для графического дизайна. Создание макета

Тема 3.8: Особенности выбора шрифта. Понятие личное и коммерческое использование.

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Особенности выбора шрифта.
2) Понятие личное и коммерческое использование. Лицензионные права использования.

Практика: Изучение примеров использования шрифтов. Подбор шрифтов для разных целей.

Тема 3.9: Особенности форматов в разных социальных сетях.

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Форматы и размеры публикаций в социальных сетях. Особенности публикаций. Особенности социальной сети Вконтакте.
2) Особенности оформления публикаций для разных видов ресурсов. Общие рекомендации по оформлению.

Практика: Анализ форматов публикаций. Создание дизайнов для разных форматов.

Тема 3.10: Создание аккаунта/сообщества в социальной сети.

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Особенности создания и ведения аккаунтов в доступных социальных сетях
2) Особенности ведения аккаунтов в доступных социальных сетях

Практика: Создание рекламного аккаунта/ сообщества в доступной социальной сети.

Раздел 4. Основы типографии, полиграфии

Оборудование к разделу: ноутбук, интерактивная панель

Тема 4.1: Изучение технических программ для создания макетов.

Практика: Очная встреча. Особенности программы для создания макетов. Создание макета для печати.

Тема 4.2: Особенности печати. Виды печати.

Теория: 2 онлайн лекции.

1) Особенность печати.
2) Виды печати.

Практика: Разработка нескольких видов продукции для печати.

Тема 4.3: Презентация итоговых проектов.

Практика: Очная встреча: Защита итоговых проектов.

Электронные образовательные ресурсы

№ п/п	Темы	Электронные ресурсы
	1 год обучения	
1.	**Раздел 1. Основы рекламы**	https://core.ac.uk/download/pdf/42050738.pdf. Основы рекламы. Интегративный курс. https://www.unisender.com/ru/glossary/osnovnye-vidy-reklamy-onlain-i-offlain/. Виды рекламы. https://academia-moscow.ru/ftp_share/_books/fragments/fragment_23582.pdf. Организация и проведение коммуникационных кампаний.
2.	**Раздел 2. Основы SMM**	https://www.intervolga.ru/blog/marketing/smm-prodvizhenie-poshagovoe-rukovodstvo/. Понятие SMM. https://ppt-online.org/111654. Сегментация целевой аудитории. https://workspace.ru/brif/smm/. Бриф для SMM. https://seo.ru/seowiki/gejmifikaciya/. Геймификация.
3.	**Раздел 3. Основы дизайна**	https://www.sravni.ru/kursy/info/graficheskij-dizajn-obzor-professii/. Графический дизайн. https://skillbox.ru/media/design/composition/. Композиция. https://mobios.school/blog/koloristika-dlya-dizaynerov-terminy-i-opredeleniya. Колористика. https://skillbox.ru/media/design/brand-identity/. Фирменный стиль.
4.	**Раздел 4. Основы типографии, полиграфии**	https://pechatnick.com/articles/iskysstvo-pechati-osnovi-tipografiki-i-bydyshee-graficheskoi-prodykcii. Типография. https://rpk-traektoriya.ru/stati/chto-takoye-dizayn-poligrafii. Особенности и требования.

1.4. Планируемые результаты

Образовательные (предметные):

1) умение создавать тексты и визуалы для социальных сетей

2) умение работать с фирменным стилем

3) умение работать в технических программах для графического дизайна

Личностные:

1) сформированность организаторских способностей;

2) сформированность коммуникативных навыков, коллективизма;

3)сформированность ответственности, самостоятельности, дисциплинированности;

4)сформированность креативности, склонности к самостоятельному творчеству, проектно-исследовательской деятельности;

5) сформированность навыков самоопределения;

6) сформированность нравственно-этической ориентации;

7) сформированность навыков познавательного интереса, инициативности.

Метапредметные:

1) понимание учебной задачи, сформулированной педагогом;

2) умение планировать свои действия на отдельных этапах работы над выполнением творческого задания;

3) умение контролировать, проводить коррекцию и оценивать результаты своей деятельности;

4) понимание и умение пользоваться полученной информации при выполнении заданий.

Раздел 2. «Комплекс организационно-педагогических условий»
2.1. Календарный учебный график.

Начало учебных занятий для обучающихся– 07.09.2026 г

Окончание 30.05.2027 г.

Продолжительность учебного года – 36 недель.

Количество часов – 144 ч. в год

Продолжительность и периодичность занятий: проведение занятий 1 раз в неделю по 4 академических часа.

Аттестация по итогам освоения программы: 6-22 мая 2027 г.

Выходные дни: 04.11.26 г., 31.12.26 г., 01-08.01.27 г., 23.02.2027 г., 08.03.2027 г., 01.05.2027 г., 09.05.2027 г.

Объем программы: 144 часа.

Срок освоения программы: 1 год.

Календарно-тематическое планирование составляется для каждой учебной группы на учебный год и используется для заполнения журнала педагога дополнительного образования (приложение 1).

2.2. Условия реализации программы

В реализации учебно-образовательного процесса используется средства обучения и воспитания для реализации дополнительной общеразвивающей программы социально-гуманитарной направленности.

Материально-техническое обеспечение

№ п/п	Наименование основного оборудования	Кол-во единиц
1.	Учебная аудитория	1
2.	Доска пробковая	1
3.	Флипчарт	1
I. Технические средства обучения		
1.	Ноутбук ученический	15
2.	Ноутбук учительский	1
3.	Интерактивная панель	1
4.	Цифровой фотоаппарат	1
5.	Штатив	2
II. Учебно-практическое (учебно-лабораторное, специальное, спортивный инвентарь, инструменты и т.п.) оборудование		
1.	Специальное обеспечение (петличная радиосистема двухканальная)	2
III. Мебель		
1.	Стол для педагога	1
2.	Стул для педагога	1
3.	Стол ученический	15
4.	Стул ученический (одноместный)	15
5.	Шкаф для хранения (трехстворчатый)	1
6.	Кресло- мешок	10

2.3. Формы аттестации

Время проведения	Цель проведения	Формы контроля
Текущий контроль		
В течение всего учебного года (в конце раздела)	Определение степени усвоения обучающимися учебного материала. Определение готовности восприятию нового материала. Повышение ответственности и заинтересованности в обучении. Выявление обучающихся отстающих и опережающих обучение.	Творческая работа
Аттестация по итогам освоения программы		
В конце учебного года (обучения по программе)	Определение результатов обучения.	Творческая работа

Результатом успешного усвоения программы является участие в творческих проектах, конкурсах.

Текущий контроль проводится после изучения каждого раздела и вносится в мониторинговую карту. Форма проведения: творческая работа.

Аттестация по итогам освоения программы проводится в форме творческой работы – защита итогового проекта.

2.4. Оценочные материалы

Оценочные материалы текущего контроля, аттестации по итогам освоения программы разрабатываются на учебный год и являются приложением к дополнительной общеразвивающей программе (приложение 2).

Формы предъявления и демонстрации образовательных результатов:

- аналитический материал по итогам проведения диагностики;
- открытое занятие;
- интервью;
- педагогическое наблюдение.

Критерии оценки образовательных результатов по разделам (темам) и планируемых оцениваемых параметров метапредметных и личностных результатов дополнительной общеразвивающей программы в рамках текущего контроля, аттестации по итогам освоения программы обучающихся (приложение 3).

2.5. Методические материалы

Основные виды занятий тесно связаны между собой и дополняют друг друга.

Реализация программы предусматривает использование в образовательном процессе следующих педагогических технологий:

1. технология группового обучения;
2. технология коллективного взаимообучения;
3. технология развивающего обучения;
4. технология проблемного обучения;
5. технология исследовательской деятельности;

6. технология проектной деятельности;
7. технология коллективной творческой деятельности;
8. здоровьесберегающая технология.

Алгоритм учебного занятия.

Главная методическая цель учебного занятия при системном обучении – создание условий для проявления творческой, познавательной активности обучающихся. На занятиях решается одновременно несколько задач – повторение пройденного материала, объяснение нового материала, закрепление полученных знаний и умений. Решение этих задач используется на основе накопления познавательных способностей и направлены на развитие творческих способностей обучающихся.

Требования современного учебного занятия:

1. четкая формулировка темы, цели, задачи занятия;
2. занятие должно быть проблемным и развивающим;
3. вывод делают сами обучающиеся;
4. учет уровня и возможностей обучающихся, настроения детей;
5. планирование обратной связи;
6. добрый настрой всего учебного занятия.

Структура очного занятия.

Организационный момент.

Введение в проблему занятия (определение цели, активизация и постановка познавательных задач).

Изучение нового материала (беседа, наблюдение, презентация, исследование).

Постановка проблемы.

Практическая работа.

Физкультминутка.

Обобщение занятия. Подведение итогов работы.

В процессе проведения учебного занятия используются дидактические материалы:

1. раздаточные материалы;
2. инструкционные, технологические карты;
3. задания, упражнения;
4. образцы;
5. презентации.

2.6. Воспитательный компонент

Воспитательный компонент в рамках занятий дополнительного образования, независимо от социально-экономических условий, пользуется повышенным спросом в связи с тем, что создает условия для активной самореализации личности детей и подростков, и свободы выбора современных творческих направлений, она дает подрастающему поколению социально значимую для творческой жизни позитивную цель и средств для ее достижения.

Цель воспитательного компонента - воспитание личности и создание условий для формирования активной жизнедеятельности обучающихся, гражданского самоопределения, развития творческих способностей и самореализации, максимального удовлетворения потребностей в интеллектуальном, культурном, физическом и нравственном развитии.

Задачи:

1. Реализовать потенциал наставничества в воспитании обучающихся как основа взаимодействия людей разных поколений согласно целевым ориентирам (планируемые результаты):

- сформированность культуры общения и взаимопомощи;
- сформированность трудолюбия и уважения к труду и результатам труда;
- сформированность уважения к старшим, людям труда, педагогам, сверстникам;
- сформированность опыта социально значимой деятельности;

2. Создать условия для формирования личности, стремящейся к саморазвитию, профессиональному самоопределению и успешной самореализации на основе личных проб в современной деятельности и социальной практике согласно целевым ориентирам (планируемые результаты):

- осознанность своего позитивного отношения к российским базовым ценностям;
- сформированность ориентации на осознанный выбор своей детальности в сфере профессиональных интересов;
- сформированность стремления к успешной самореализации на основе личных проб в журналистской деятельности

3. Использовать занятия, как источник поддержки и развития интереса к здоровому образу жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде обитания согласно целевым ориентирам (планируемые результаты):

- сформированность сознания ценности жизни, здоровья и безопасности, значения личных усилий в сохранении и укреплении здоровья (своего и других людей), соблюдение правил личной и общественной безопасности, в том числе в информационной среде;
- сформированность установки на соблюдение и пропаганду здорового образа жизни;

4. Приобщить обучающихся к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и традициям образовательного учреждения, содействовать развитию активной деятельности детских объединений согласно целевым ориентирам (планируемые результаты):

- готовность обучающегося брать на себя ответственность за достижение общих целей коллектива
- сформированность уважения прав, свобод и обязанностей гражданина России, неприятия любой дискриминации людей по социальным, национальным, расовым, религиозным признакам, проявлений экстремизма, терроризма, коррупции, антигосударственной деятельности;

- сформированность деятельного ценностного отношения к историческому и культурному наследию народов России, российского общества, к языкам, литературе, традициям, праздникам, памятникам, святыням, религиям народов России, к российским соотечественникам, защите их прав на сохранение российской культурной идентичности;

5. Содействовать в развитии воспитательного потенциала семьи согласно целевым ориентирам (планируемые результаты):

- повысить уровень информированности родителей о законодательной базе, нормативно – правовых документах федерального, регионального уровней, регламентирующих деятельность учреждения.

- повысить уровень воспитательного потенциала семьи.

6. Поддержать социальные инициативы и достижений обучающихся согласно целевым ориентирам (планируемые результаты):

- сформированность опыта гражданского участия на основе уважения российского закона и правопорядка;

- сформированность деятельного ценностного отношения к историческому и культурному наследию народов России, российского общества, к языкам, литературе, традициям, праздникам, памятникам, святыням, религиям народов России, к российским соотечественникам, защите их прав на сохранение российской культурной идентичности;

- сформированность опыта сохранения уникального природного и биологического многообразия России, природного наследия Российской Федерации, ответственного отношения к животным;

Формы воспитания: беседа, практическое занятие, мастер - класс, творческая встреча, защита проектов, деловая игра, экскурсия, тренинги, туристские прогулки, походы

Методы воспитания: метод убеждения (рассказ, разъяснение, внушение), метод положительного примера (педагога и других взрослых, детей); метод упражнений(приучения); методы одобрения и осуждения поведения детей, педагогического требования (с учётом преимущественного права на воспитание детей их родителей (законных представителей), индивидуальных и возрастных особенностей детей младшего возраста) и стимулирования, поощрения (индивидуального и публичного); метод переключения в деятельности; методы руководства и самовоспитания, развития самоконтроля и самооценки детей ввоспитании; методы воспитания воздействием группы, в коллективе.

Условия воспитания.

Воспитательный процесс осуществляется в условиях организации деятельности детского коллектива в рамках учебных занятии в соответствии с нормами и правилами работы организации, а также на площадках, мероприятиях в других организациях с учётом установленных правил и норм деятельности на этих площадках.

Анализ результатов (самоанализ).

Основными принципами, на основе которых осуществляется самоанализ воспитательной работы являются:

принцип гуманистической направленности осуществляемого анализа,

ориентирующий на уважительное отношение как к воспитанникам, так и к педагогам, реализующим воспитательный процесс;

принцип приоритета анализа сущностных сторон воспитания, ориентирующий на изучение не количественных его показателей, а качественных таких как содержание и разнообразие деятельности, характер общения и отношений между обучающимися и педагогами;

принцип развивающего характера осуществляемого анализа, ориентирующий использование его результатов для совершенствования воспитательной деятельности педагогов: грамотной постановки ими цели и задач воспитания, умелого планирования своей воспитательной работы, адекватного подбора видов, форм и содержания их совместной с детьми деятельности, с этой целью проводится ряд мониторинговых исследований.

Основными направлениями анализа, организуемого в учреждении воспитательного процесса являются следующие:

1. Результаты развития личностных качеств обучающихся. Рассматривается динамика личностного развития обучающихся в каждом конкретно взятом объединении (коллективе). Анализ осуществляется на основе критериев, обозначенных в программе, реализуемой в объединении (коллективе). Проводится в декабре и мае учебного года.

2. Анализ включенности детских объединений в план воспитательной работы учреждения осуществляется в формате публикаций фотоотчёта в социальной сети «ВКонтакте» с тематическими и официальными хештегами #оцдод #образовательныепрограммы #образованиевприоритете #центрпосопровождениюобразовательныхпрограмм по проведенным мероприятиям.

3. Изучение уровня удовлетворенности образовательным и воспитательным процессом родителей (законных представителей) обучающихся, которое проводится на сайте учреждения в течение учебного.

Календарный план воспитательной работы представлен в приложении 4.

2.7. Список литературы

Список литературы для педагога

1. Вартанова Елена. Теория СМИ: Актуальные вопросы. Москва: Итар – Тасс, 2009.
2. «Воспитание искусством». Сборник Министерства образования РФ. СПб, 2006
3. Зырянова, Е. С. Рекомендации для брендов по разработке собственного визуального контента в социальных сетях / Е. С. Зырянова. – Текст: непосредственный // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2022.
4. Ким М.Н. Технология создания журналистского произведения. – СПб, 2001
5. Корконосенко С.Г. Основы журналистики. Учебник для вузов. М., Аспект Пресс, 2001.
6. Новиков, Н. И. Инструменты эффективного продвижения персонального бренда / Н. И. Новиков. – Текст: непосредственный // Инновационная наука. – 2022.
7. Новые парадигмы развития маркетинговых инструментов в условиях трансформации современной экономики : коллективная монография / И. С. Березин, Л. П. Дашков, Н. В. Каленская [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой – Москва : ООО Издательскоторговая корпорация «Дашков и К°», 2020.
8. Познин В. Основы монтажа изображения. – СПб, 2000
9. Шепель, В. М. Имиджелогия: учебное пособие / В. М. Шепель. – Москва : Народное образование, 2018.
10. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд : учебное пособие / А. Н. Чумиков. – Москва : Аспект Пресс, 2019.

Список литературы для обучающихся и родителей:

1. «Воспитание искусством». Сборник Министерства образования РФ. СПб, 2006
2. «Время созидать». Сборник Министерства образования РФ. СПб, 2003
3. «Путь ребенка в творчестве». Сборник Министерства образования РФ. СПб, 2005